

3. Филиппов Д.В. Совершенствование комплексной оценки инновационной деятельности машиностроительных предприятий / Д.В. Филиппов: монография. – Саратов: Издательский Дом «Райт-Экспо», 2012. – 160 с.

## **ПАТЕНТНЫЕ ВОЙНЫ**

Целовальников А.Д., ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург

Безусловно, споры о том, кто «изобрел велосипед» ведутся уже давно, но первой военный масштаб приняла патентная практика братьев Райт. Они придумали элерон, который стал революцией в самолетостроении и позволил создать первый, практически эксплуатируемый самолёт. Своим патентом братья почти не пользовались, ведь большую часть времени преследовали тех, кто его нарушал. Их «патентная война», продолжавшаяся 9 лет, закончилась вместе с началом первой мировой войны, поскольку власти, осознавая важность самолетов в боевых действиях, разрешили использовать запатентованные технологии бесплатно [6].

Особого внимания в истории патентных войн заслуживает «Texas Instruments». Потеряв долю на рынке, компания выбрала тактику агрессивного лицензирования собственных патентов, вследствие чего, через суд конкуренты были вынуждены выплачивать положенные комиссии. «Texas Instruments» стала прародителем патентного права как инструмента конкурентной борьбы. Такая тактика является примером недобросовестной, но при этом вполне легальной конкуренции, которая впоследствии приносила фирме 250 млн долл. в год. Позже этот метод заимствовала IBM, объявив войну производителям собирающим «клоны» ее продукции. Сейчас ежегодные отчисления IBM составляют 2 млрд. долл. [3].

Очень часто разница в несколько рублей может повлиять на наше решение пойти в тот или иной магазин. Безусловно, продавцы заинтересованы в покупателях и стараются сделать цену меньше чем у конкурента, это пример ценовой войны. Продавцы имеют право изменять цену на свое усмотрение, благодаря этому и возможны ценовые войны. Чтобы победить, нужно выбрать цену достаточно низкую для того чтобы привлечь покупателей и достаточно высокую, чтобы получать прибыль. А движет этой войной конкуренция, то же самое происходит и в патентной войне. Причиной патентных войн являются несовершенство самой патентной системы, а инструментом размытые формулировки патентов. Тут чтобы победить, владельцы патентов трактуют

формулировку патента для доказательства того, что конкурент его нарушает, тем самым нападая. Или доказывают, что их патент не попадает под влияние другого, для защиты.

Стоит отметить, что люди, которые занимаются подобной деятельностью, делают это законно и зачастую пользуются «дырами» патентной системы. Сегодня, эксперты говорят о том, что пиратство, рэкет и шантаж будут увеличиваться, если не изменить патентное законодательство России. Основная проблема заключается в нерациональном устройстве системы споров и неоптимальном для людей и компаний устройстве судебной системы. А именно, если говорить о промышленном дизайне, в суде будет очень сложно доказать, что украденный патент – ваш, ведь формула изобретения одного патента будет очень похожа на формулу другого патента. В то время как во всем мире другая психология: если впечатление от двух товаров одинаково, значит, патент украден. Масла в огонь подливает и российская судебная система. Дело в том, что получив иск от тролля, мы не можем подать встречный, а так как речь идет о патентах, в которых суд не разбирается, нас отправят в Палату по патентным спорам (ППС) при Роспатенте. Но его решение учитываться не будет, так как там дело рассматривается минимум год, а суд так долго ждать не может и спор с большой долей вероятности будет проигран. Конечно, если говорить о крупных корпорациях дело обстоит иначе, ведь они имеют армии юристов и большой опыт в таких делах, часто ведут себя агрессивно [1].

Того, кто развязывает патентную войну называют патентным агрегатором или «в народе» патентным троллем. Это понятие ввели юристы компании Intel, охарактеризовавшие подобным образом американского адвоката Раймонда Ниро. Благодаря судебным искам в отношении около 40 компаний-ответчиков он сумел заработать 65 млн. долл., а за всю свою жизнь запатентовал порядка 600 патентов. Именно такое поведение (скупка патентов) типично для патентного «тролля». Однако сам термин гораздо шире и к нему можно отнести следующие понятия:

- непосредственно патентные «тролли» (патентные холдинги);
- люди, занимающиеся патентным рэкето;
- торговцы брендами;
- искатели просроченных патентов;

Рассмотрим подробнее каждое.

Патентные «тролли» это люди или организации, которые покупают права на патенты у небольших фирм или на аукционах по результатам банкротств, а позже подают в суд на компании, которые, по их мнению, используют технологию, патент на которую принадлежит им [1].

Люди, занимающиеся патентным рэкето, заимствуют названия или логотипы за рубежом, затем регистрируют их в России, а когда компания приходит на российский рынок, то понимает, что права на ее товарный знак находятся в чужих руках. Тут у

компании возникает вопрос: остаться и платить роялти или уйти с рынка? Многие выбирают первый вариант, тем самым обеспечивая рэкетиров пищей [1].

Торговец брэндами не имеет производства, он просто предлагает купить ту или иную известную марку тому или иному малоизвестному производителю. Тем не менее этот бизнес достаточно рискованный, ведь очень много денег уходит на регистрацию патентов. По неофициальным данным, около половины затрат продавца брэндов уходит на поощрение специалиста Роспатента, который может закрыть глаза на известность атакованной торговой марки и провести экспертизу так, как нужно клиенту.

Искатели просроченных патентов часами просиживают в Интернете в поисках патентов с истекшими сроками. Затем находят в магазинах неправильно маркированные товары и готовят иск. Сейчас компании, нанесшие на этикетку истекший патент, должны платить 500 долларов за каждую его единицу [1].

В то время как для одних патентная война – это обычная, пусть и не позитивная, составляющая бизнеса, для других – это сам бизнес. Причем без всякой производственной базы и при этом, приносящий большой доход.

Этим бизнесом занимаются патентные тролли, они скупают патенты на различные изобретения и технологии, руководствуясь принципом: чем размытее формулировка, тем лучше; а затем, несколько подогнав формулировку патента, подают иск о нарушении. Зачастую они «придумывают велосипед», и пользуясь таким патентом, идут в суд. Их работа напоминает венчурный бизнес: одно удачное вложение окупает несколько неудачных. Патент, приобретенный за несколько тысяч долларов, позволит получить от крупных производителей сотни миллионов. В этом и заключается вся прелесть. Но гораздо чаще дело до суда не доходит, крупные корпорации предпочитают просто договориться. Некоторые тролли ведут более лояльную тактику, купив патенты, они начинают их продавать по своим ценам (часто эти цены завышают), таких троллей называют патентными холдингами. Существуют фирмы по своему поведению похожие на троллей, но по сути не имеющие с ними ничего общего. Так, например Apple, которая патентует все подряд или скупает огромные патентные пакеты, но делает это, чтобы защититься от сотен судебных исков. Или пример Intel, она обладает огромным патентным пакетом, но эти патенты она получила благодаря вложениям в НИОКР и в отличие от тролля эти патенты используются для создания новых продуктов [1].

В сфере патентов есть другой, не менее прибыльный бизнес – патентный рэкет. Суть рэкета в том, что если владелец брэнда, логотипа или товарного знака вовремя не зарегистрировал его, то это сделают рэкетеры, которые потом будут продавать бренд владельцу. Классическая схема: пират вычисляет, какие интересные товары и дизайн иностранные компании собираются представить на российском рынке, затем копирует

эти новинки и подаёт заявку в Роспатент, чтобы первым зарегистрировать свое право на них. А когда реальные разработчики выходят на рынок, их уже ждут рэкетиры, рассчитывающие на получение роялти.

Некоторые ведут себя не как рэкетиры, а как бизнесмены: они сразу предлагают продать владельцу права. И многие соглашались, потому что так можно избежать длительных судебных разбирательств и минимизировать возможные потери. Существует еще одна причина – правоохранительные органы. Ведь за нарушение патентных прав предусмотрена уголовная ответственность, и если компания проиграет дело, то должностные лица вполне могут получить срок [1].

Сейчас появился новый термин – «эффективное нарушение». Речь идет о способе ведения бизнеса в патентной войне. Смысл заключается в том, что компании подсчитывают эффективность заимствования чужой технологии и сравнивают ее с последствиями, которые могут их ждать, если владелец патента обратится в суд, после чего подадут иск. Основные жертвы «эффективного нарушения» в Америке — независимые изобретатели, маленькие компании и университеты, то есть те, кто создает большинство серьезных инновационных технологий и две трети новых рабочих мест [7].

По подсчетам сотрудников Бостонского университета за последние 20 лет ущерб от действий компаний, которые называют «патентными троллями», составил сумму – около \$500 млрд., что составляет два годовых бюджета России. Эта сумма кажется невероятной, но давайте разберемся, откуда такие цифры. Во-первых, сюда входит сумма роялти и штрафов. Во-вторых, многие патенты просто лежат на полках у троллей и не приносят никакой пользы, отсюда ущерб науке в целом в виде нереализованных продуктов, технологий, идей. Этот ущерб можно вычислить как разность между деньгами, которые тролли забрали у производителей и суммой общего ущерба. Если посчитать, то это сумма огромная. Касалось бы патентные войны, это войны людей в дорогих костюмах и никак не касаются обычного потребителя. Но связь самая тесная: компании теряют большие деньги на судебные разбирательства, эти убытки они возмещают в виде наценки на товар и в итоге страдает потребитель [1].

На сегодняшний день ситуация с троллями очень плохая, но намечаются положительные тенденции. Так, например, появились «антитролли», по сути это организации, которые не соглашались на условия тролля и борются с ним до последнего. Каковой является «Лаборатория Касперского», в 2011 году в эту организацию пришло письмо от Lodsys, тролля с большим опытом и мощной многоуровневой системой, в котором предлагалось лицензировать несколько патентов якобы принадлежащих этой организации. В компании сразу решили не отступать. И когда дело дошло до суда, тролль внезапно снял все обвинения, очевидно опасаясь

проиграть дело. Это яркий пример того что не нужно сдавать позиции, что можно победить даже такого опасного тролля как Lodsys [4].

Между крупными IT-организациями также сложилась сложная обстановка. Корпорации часто выясняют отношения, и порой это доходит до абсурда. Здесь светом во тьме стал Microsoft, который предложил противоборствующим сторонам прийти к добровольному и здравому соглашению, основанному на двух простых принципах. Во-первых, лицензированию должны подлежать все используемые сторонние патенты, а не лишь часть из них. Во-вторых, любое патентное соглашение должно основываться на справедливых рыночных ценах. Сама компания уже соблюдает эти правила и призывает остальных игроков рынка руководствоваться ими. Возможно, в дальнейшем это приведет к положительным моментам [5].

В области защиты прав на интеллектуальную собственность сейчас говорят на самом высоком уровне. Так, например, в США, ставшей любимым местом для ведения патентных войн, была проведена реформа, в результате которой стало сложнее привлекать к ответственности сразу несколько компаний в рамках одного иска. Помимо этого, теперь для получения компенсации истцу необходимо не только доказать факт нарушения конкретного патента, но и предоставить свидетельства того, что такие действия реально привели к ущербу для потерпевшей стороны. Очевидно, что теперь и государство начинает бороться с этой легальной монополией [3].

Таким образом, патентные войны — это довольно неприятная составляющая бизнеса и полностью защититься от троллей невозможно. Но чтобы не попасться на уловки троллей, нужно соблюдать некоторые правила:

- контролировать патентную чистоту собственной продукции;
- патентовать свои технологии;
- при патентовании использовать как можно более точную формулировку формулы изобретения;
- если в дальнейшем планируется работа в другой стране, заблаговременно патентовать свои логотипы, технические решения в этой стране.

### **Библиографический список:**

1. Режим доступа: <http://dokumentika.org/ru/ekonomicheskoe-oruzhie/patentnie-voyni-protiv-rinochnoy-konkurentsii-v-sovremennom-razvitom-kapitalizme>
2. Режим доступа: <http://www.zhaba.ru/story/94764>
3. Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/world/562949984602973>
4. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/idei/246305-ne-kormite-trollei>

5. Режим доступа: <http://itc.ua/news/microsoft-predlagaet-printsipyi-patentnogo-peremiriya>
6. Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Братья\\_Райт](http://ru.wikipedia.org/wiki/Братья_Райт)
7. Режим доступа: [http://expert.ru/expert/2010/42/patentnue\\_voiny/](http://expert.ru/expert/2010/42/patentnue_voiny/)

## **КОНЦЕПЦИЯ САЙТА ПАТЕНТНОЙ ФИРМЫ**

Черепанов Е.И. ФГАОУ ВПО«УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»,  
г. Екатеринбург

В современном мире успешная деятельность практически любой фирмы зависит не только от качества ее работы, например, качества оказываемых услуг или качества производимой продукции, но от такого показателя как ее узнаваемость. Наиболее популярный способ обеспечить узнаваемость — это реклама. В наши дни уже невозможно представить мир без рекламы во всех ее проявлениях. Начиная от рекламы в газетах и телевизоре, индустрия мира рекламы находит свое проявление везде. Не могла она и не коснуться обширной сети Интернет. Социальные сети, Интернет-магазины, форумы, информационные порталы: все это потенциальные рекламные площадки. Бурное развитие Интернета делает его наиболее привлекательным для потенциальных рекламодателей. Число пользователей сети Интернет за 3 года его существования превысило 50 млн. человек. Это невероятные цифры по сравнению с телевидением или радио [1]. Пользователи сети получают от нее информацию с помощью сайтов. Сайт — совокупность электронных документов (файлов) частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых под одним адресом.

Все сайты в совокупности составляют Всемирную паутину, где коммуникация (паутина) объединяет сегменты информации мирового сообщества в единое целое — базу данных и коммуникации планетарного масштаба [2].

В наши дни невозможно представить фирму без своего собственного сайта в Интернете, не говоря уже о таких компаниях как Google, Facebook, которые свою деятельность начинали именно в Интернете [3].

Данное исследование посвящено изучению сайтов патентных фирм и анализу сайтов сети Интернет с целью выработки концепции сайта патентной фирмы. В первой части рассмотрена необходимая информация для понимания работы сайтов сети Интернет. Во второй части рассмотрены особенности работы патентной фирмы. Третья часть содержит рекомендации по созданию сайта с учетом выработанной концепции.